ETH zürich

KOF Bulletin

Nr. 113, Dezember 2017

KONJUNKTUR UND FORSCHUNG

- Gegen die Intuition: Transparenz im Innovationsprozess →
- Konsumenten in Kauflaune – wie viel können die inländischen Detailhändler davon profitieren? →
- Die europäische Bauwirtschaft boomt →

KOF INDIKATOREN

- KOF Geschäftslageindikator gibt leicht nach →
- KOF Konjunkturbarometer: Schweizer Wirtschaft erhöht die Schlagzahl →

ÖKONOMENSTIMME

- Was macht eine Bank mit dem Geld ihrer Kunden? Anmerkungen zum Buch von Dirk Ehnts →
- Beschäftigungswachstum und «Worker Churn» auf der Betriebsebene →
- Bildungschancen in Deutschland: Wie lang sollten Kinder gemeinsam lernen? →

AGENDA →

KOF Konjunkturforschungsstelle

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

Die Vermutung liegt nahe, dass eine Firma ihre Innovationen von der Aussenwelt abschirmen sollte, um insbesondere bei neuen Produkten und Dienstleistungen nicht frühzeitig kopiert zu werden. Diese Sicht auf den geheimen Innovationsprozess wird nun von neuerer Forschung infrage gestellt. Firmen können nämlich auch von einer grösseren Offenheit profitieren, wie der erste Beitrag zeigt. Der zweite Beitrag widmet sich den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten, einer in den letzten Jahren insbesondere im grenznahen Ausland gesichteten Spezies. Entsprechend sind die Erwartungen der inländischen Detailhändler vor dem Weihnachtsgeschäft etwas gedämpft, obwohl die Stimmung unter den Konsumenten gut ist. Richtig positiv dürfte die Stimmung in der europäischen Bauwirtschaft sein. In allen 19 europäischen Ländern, die sich zum Gremium «Euroconstruct» zusammengeschlossen haben, scheint die Bauwirtschaft im laufenden Jahr gewachsen zu sein. Und auch die Aussichten für das Jahr 2018 sind positiv.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre,

David Iselin

KONJUNKTUR UND FORSCHUNG

Gegen die Intuition: Transparenz im Innovationsprozess

Ein Produkt von der Idee bis zur Marktreife zu entwickeln, ist ein steiniger und mitunter kostenintensiver Prozess. Daher sollte ein Unternehmen diesen Prozess möglichst geheim halten, damit kein Mitbewerber Wind davon bekommt. Dies ist der klassische, aber nicht immer der beste Ansatz, wie neue Untersuchungen von Georg von Krogh, Torbjørn Netland und Martin Wörter zeigen.

In Bezug auf die Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen in Unternehmen konzentrieren sich Untersuchungen zu offenen Innovationen traditionell auf die Nutzung von Ideen und Kenntnissen, die von ausserhalb der betreffenden Organisation stammen. Offenheit kann jedoch auch eine wichtige Rolle innerhalb der Organisation selbst spielen, wie Georg von Krogh, Torbjørn Netland und Martin Wörter in ihrer Studie zeigen.

Manager in produzierenden Unternehmen halten Aktivitäten für Prozessinnovationen intuitiv geheim, da sie fürchten, dass Mitbewerber ihre Ideen stehlen könnten. Manche Unternehmen haben gute Gründe, ihre Prozessinnovationen geheim zu halten. Wenn Sie einen einzigartigen Produktionsprozess entwickelt haben, mit dem Sie ein differenzierendes Produkt herstellen können, kann es sich als klug erweisen, wenn dieses Know-how das Unternehmen nicht verlässt. In solchen Fällen besteht ein offenkundiges Risiko, geistiges Eigentum zu verlieren.

Wie die drei Forscher jedoch zeigen, ist ein solches defensives Verhalten für viele Hersteller nicht immer die beste Strategie. Die Abschottung von Prozessinnovationen von der Aussenwelt kann sich als Nachteil erweisen, da Mitbewerber in der Regel früher oder später ohnehin aufholen. Die Verfasser stützen ihre Schlussfolgerungen auf Umfrageergebnisse aus neun Jahren von 1000 Schweizer Herstellern und 200 Interviews mit Mitarbeitern der Volvo Group (AB Volvo), einem Hersteller von Lastwagen, Bussen, Baumaschinen sowie Marine- und Industriemotoren mit Sitz in Göteborg, Schweden.[1]

[1] Wir weisen darauf hin, dass AB Volvo bzw. Volvo Group nicht der Hersteller von Volvo-PKW ist. Volvo Car Group ist im Besitz des chinesischen Unternehmens Zhejiang Geely Holding Group Co. Ltd. Einer der Verfasser besuchte 45 Werke der Volvo Group auf der ganzen Welt.

Von einer geschlossenen zu einer offenen Strategie in sechs Schritten

Es mag der Intuition widersprechen, aber viele Manager könnten einen grösseren Vorteil für ihr Unternehmen erzielen, wenn sie bei Prozessinnovationen eine offene Strategie verfolgen würden anstatt auf Geheimhaltung zu setzen. Wie aber setzt man eine solche offene Unternehmenskultur in einer Organisation um? Die Studie empfiehlt einen sechsstufigen Plan:

1. Öffnung nach innen.
2. Konzentration auf die Geschwindigkeit von Prozessinnovationen.
3. Ausnutzung von Connectivity-Technologien.
4. Verbesserung der Fähigkeiten des Unternehmens, Ideen aus externen Quellen aufzunehmen und umzusetzen.
5. Öffnung nach aussen.
6. Nutzung unkonventioneller Wissensquellen.

Der Start

Da Produktzyklen immer kürzer werden und die Nachfrage nach Individualisierung zunimmt, sind Unternehmen, die es verstehen, eine hervorragende Produktentwicklung mit einer erstklassigen Prozessentwicklung zu kombinieren, besser positioniert. Die Öffnung der Prozessinnovation steht im Einklang mit dieser neuen Philosophie. Daher hängt der Erfolg eines solchen Offenheitsprogramms davon ab, wie gut sich ein Unternehmen selbst kennt, das heisst, die Manager müssen sich selbst fragen, wann externes Know-how von grösstem Nutzen ist, wie die Suche nach Service- und Produkt-Know-how kombiniert werden kann etc.

Wie bei vielen organisatorischen Herausforderungen sollte eine offene Innovationsstrategie möglichst schrittweise eingeführt werden. Die Verfasser raten daher davon ab, mit einem Schlag von einer geschlossenen auf eine offene Strategie für Prozessinnovationen umzustellen. Die meisten Ergebnisse dieser Studie zeigen jedoch, dass Unternehmen, die sowohl die Prozess- als auch die Produktseite einer offenen Innovationsstrategie beherrschen, in Zukunft an der Spitze stehen werden.

Autoren

Prof. Georg von Krogh

Torbjørn Netland

Martin Wörter

Ansprechpartner

Martin Wörter | woerter@kof.ethz.ch

Hinweis

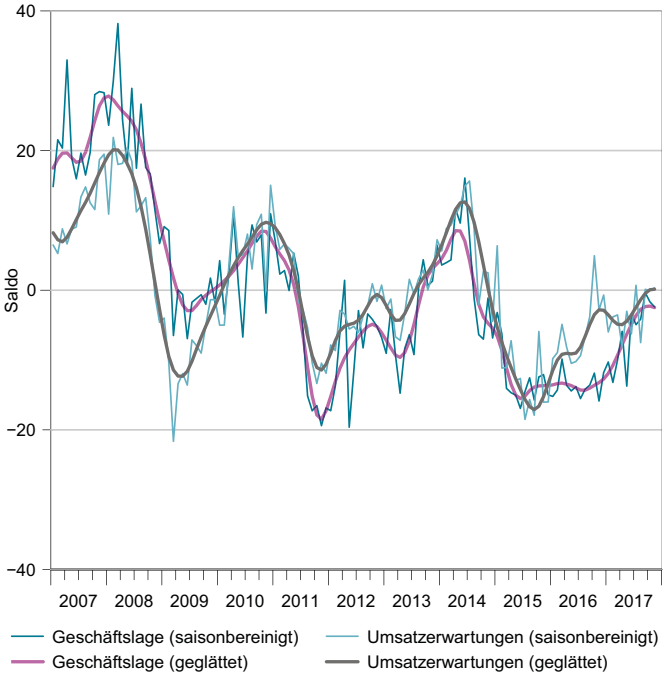
Dieser Artikel ist eine gekürzte Fassung eines Textes, der am 14. November 2017 in der MIT Sloan Management Review veröffentlicht wurde:
www.sloanreview.mit.edu/article/winning-with-open-process-innovation/ →

Konsumenten in Kauflaune – wie viel können die inländischen Detailhändler davon profitieren?

Kurz vor dem Weihnachtsgeschäft sind die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz offenbar recht optimistisch, was inländische Detailhändler freuen dürfte. Andererseits dürften sich die Auslandskäufe auch dieses Jahr dynamisch entwickelt haben. Es wird sich zeigen, wie viel die Kassen bei den inländischen Detailhändlern klingeln und wie viel sie an die ausländische Konkurrenz abgeben müssen.

Die realen Detailhandelsumsätze haben sich während der ersten neun Monate des laufenden Jahres etwas erholen können; sie haben mittlerweile das Vorjahresniveau wieder erreicht. Auf eine ähnliche Entwicklung deuten die Ergebnisse der KOF-Umfrage im Detailhandel hin. Die Beurteilung der Geschäftslage hat sich seit Anfang des Jahres aufhellen können, gleichzeitig hat auch die Kundenfrequenz zugelegt. Jedoch liegen beide Indikatoren weiterhin auf einem recht tiefen Niveau. Die Umsatzerwartungen hinsichtlich der kommenden drei Monate zeigen dieses Jahr keine so deutliche Aufwärtsbewegung; sie hatten sich allerdings bereits letztes Jahr erholt im Gegensatz zu den anderen Indikatoren. Die jetzige Situation präsentiert sich so, dass mehr Detailhändler steigende als sinkende Umsätze in der nahen Zukunft erwarten, jedoch sind die Erwartungen insgesamt weiterhin zurückhaltend (siehe G 1).

G 1: DHU Geschäftslage und Erwartungen
(mittelwertbereinigt)



Zuversichtliche Konsumenten

Gemäss dem Index des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) bleibt die Konsumentenstimmung im 4. Quartal gegenüber dem Vorquartal praktisch unverändert und damit weiterhin über dem langfristigen Durchschnitt. Die Konsumentinnen und Konsumenten erwarten vor allem eine bessere Wirtschaftsentwicklung und weniger Arbeitslose in den kommenden zwölf Monaten. Dahingegen sind die Befragten etwas verhaltener bezüglich der eigenen zukünftigen finanziellen Lage. Grössere Anschaffungen werden ebenfalls mit Vorsicht ins Auge gefasst.

Die Konsumentenumfrage von Ernst & Young[1] zu den Kaufabsichten bestätigt den aktuellen Optimismus der Konsumentinnen und Konsumenten. Das durchschnittliche Budget für Weihnachtsgeschenke dürfte dieses Jahr mit fast 300 Franken knapp unter dem Vorjahresniveau bleiben. Allerdings handelt es sich bei diesem «Weihnachtsgeschenkbudget» um den zweithöchsten Wert seit 2012. Somit wird ein gutes Weihnachtsgeschäft erwartet.

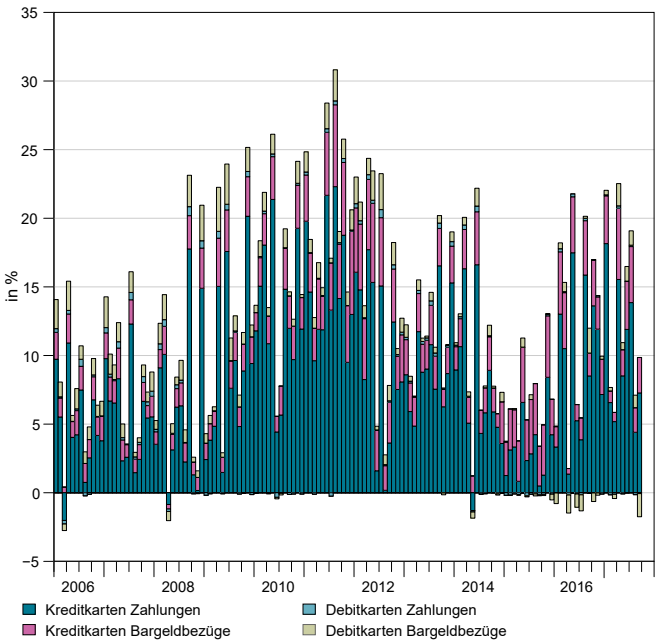
Vermasseln Auslandseinkäufe das inländische Weihnachtsgeschäft?

Trotz der relativ positiven Aussichten sind die Detailhändler bei ihren Erwartungen vorsichtig. Ein Grund für diese Vorsicht dürfte in den erwarteten Auslandseinkäufen der inländischen Konsumenten liegen. Diese sind schwierig zu messen und zu beziffern. Die Erhebung der Schweizerischen Nationalbank (SNB) zu Zahlungen und Bargeldbezügen bietet hier eine ergiebige Datenquelle. Die Daten geben zum Beispiel an, wie viel mit inländischen Zahlungskarten (herausgegeben von inländischen Finanzinstituten, beinhaltet sowohl private als auch Firmenkarten) im Ausland bezahlt und Bargeld abgehoben wurde.

Um die Dynamik bei den Auslandseinkäufen analysieren zu können, betrachten wir die Anzahl der Transaktionen von beiden Kartentypen zusammen. Die Grafik G 2 stellt die Wachstumsbeiträge zu den Vorjahreswachstumsraten dieser vier Komponenten auf monatlicher Basis dar. Da

[1] http://www.ey.com/ch/de/newsroom/news-releases/medienmitteilung-ey-weihnachten-herr-und-frau-schweizer-zieht-es-zum-geschenke-einkauf-in-die-innenstaedte

G 2: Zahlungen und Bargeldbezüge mit inländischen Karten im Ausland – Wachstumsbeiträge der Vorjahreswachstumsraten



Quelle: SNB, KOF (Berechnungen)

die Karten auch Firmenkarten beinhalten, lässt sich nicht exakt eruieren, wie viele der Transaktionen inländische Konsumenten im Ausland getätigt haben. Allerdings lassen sie Rückschlüsse auf die Dynamik zu und hier scheinen nicht hauptsächlich die Firmenausgaben diesen Trend anzutreiben.

Die Transaktionen mit den schweizerischen Karten im Ausland sind besonders stark in den Jahren 2010 und 2011 gestiegen, als die Aufwertung anfing und die Wechselkursuntergrenze eingeführt wurde. Interessanterweise scheinen die Transaktionen im Ausland im Jahr 2015 nur vergleichsweise wenig zugelegt zu haben. Im Jahr 2016 lassen sich wieder stärkere Anstiege beobachten.

Die Grafik zeigt auch, dass die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten im laufenden Jahr zahlreiche Transaktionen im Ausland getätigt haben, was wiederum die Erholung des inländischen Detailhandels gebremst haben dürfte. Jedoch scheint die neuerliche Abwertung des Frankens die Auslandseinkäufe im August und September gedämpft zu haben. Andererseits haben fast 30 % der Befragten in der Umfrage von Ernst & Young angegeben, dass sie die Geschenke komplett oder teilweise im Ausland kaufen wollen. Dies deutet darauf hin, dass auch in der nahen Zukunft ein Teil der Ausgaben der schweizerischen Konsumenten in die Kassen ausländischer Detailhändler fliessen wird.

Ansprechpartnerin

Pauliina Sandqvist | sandqvist@kof.ethz.ch

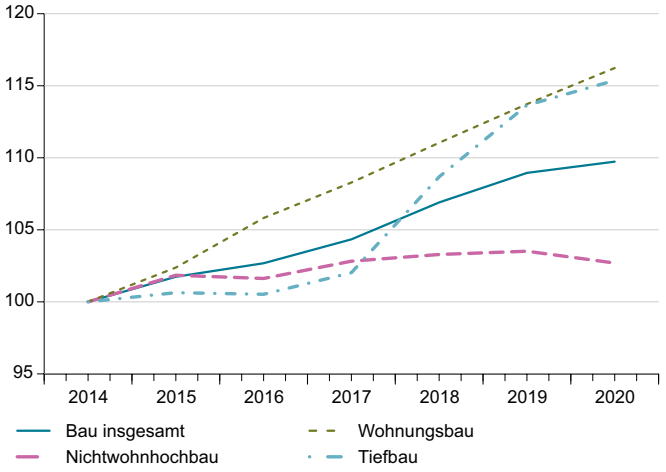
Einkaufen im In- oder im Ausland?

Die europäische Bauwirtschaft boomt

Im laufenden Jahr wird das Bauvolumen im Euroconstruct-Gebiet[1] voraussichtlich um 3.5% zunehmen. Diese Entwicklung ist aus zweierlei Gründen bemerkenswert. Erstens konnten die Baumassnahmen in Europa letztmals 2006, also kurz vor dem Ausbruch der Finanzkrise, stärker ausgeweitet werden. Zweitens nimmt die Baunachfrage 2017 in allen 19 betrachteten Ländern zu. Dieses länderübergreifende Wachstum stellt eine Premiere dar. Auch für das Jahr 2018 sind die Aussichten positiv.

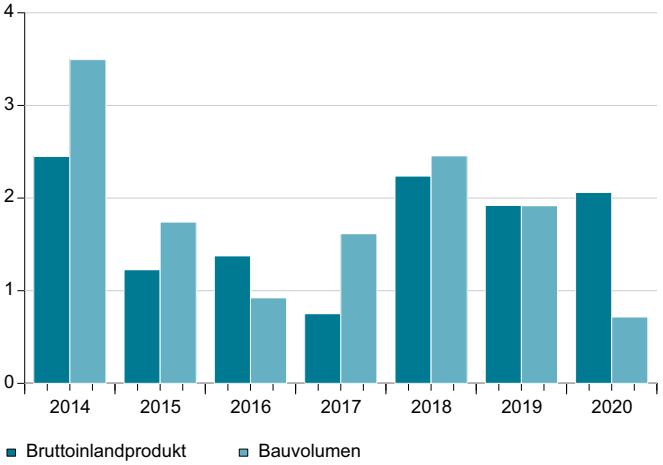
Die europäische Bauwirtschaft befindet sich nunmehr seit 2014 auf Wachstumskurs. So haben die Bauleistungen in den vier Jahren 2014 bis 2017 um insgesamt 9% zugenommen. Bis 2020 ist für die 19 Länder mit einem weiteren Anstieg von 6% zu rechnen (siehe G 3). Im Wohnungsbau sowie im übrigen Hochbau werden sich die Zuwachsraten zukünftig deutlich abschwächen, während der Tiefbau mittelfristig die Rolle des Marktantreibers übernehmen dürfte. Letzterer wird in den Jahren 2018 und 2019 um jeweils mehr als 4% zulegen – auch das gab es noch nie. Gleichzeitig wird der Neubausektor in den kommenden Jahren spürbar an Bedeutung einbüssen. Im Jahr 2020 dürften der Umbau und die Renovationsarbeiten dann erstmals seit 2014 wieder stärker zunehmen als der Neubau.

G 3: Bauvolumen in der Schweiz nach Teilsegmenten 2014 bis 2020
(Index 2014 = 100)



Quelle: EUROCONSTRUCT, November 2017

G 4: Bruttoinlandprodukt und Bauvolumen in der Schweiz 2014 bis 2020
(Veränderung gegenüber Vorjahr in %)



Quelle: EUROCONSTRUCT, November 2017

Die positive Entwicklung der Baunachfrage ist zum einen auf das robuste Wirtschaftswachstum und den damit zusammenhängenden positiven Folgen für Haushaltseinkommen, Unternehmensgewinne und für die öffentliche Finanzlage zurückzuführen. Zum anderen sind das niedrige Zinsniveau, die Zu- und Binnenwanderung sowie der seit der Finanzkrise aufgelaufene Investitionsrückstand, etwa im Infrastrukturbereich, als Gründe zu nennen. Nach wie vor sind die Spielräume der öffentlichen Hand allerdings sichtlich eingeschränkt. Darauf weist auch die zurückhaltende Steuer- und Förderpolitik etlicher Länder hin. In einigen Mitgliedsländern verhindern zudem ausgeprägte Leerstände bzw. ausserordentlich hohe Immobilienpreise eine stärkere Zunahme der Bautätigkeit.

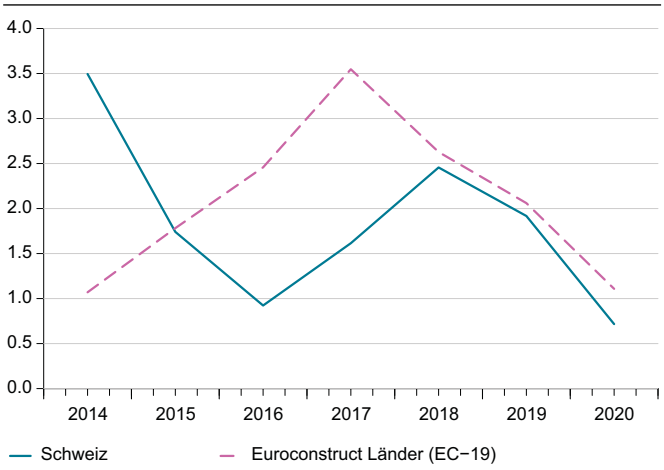
[1] Das Euroconstruct-Gebiet umfasst 19 europäische Staaten: Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Irland, Italien, Niederlande, Norwegen, Portugal, Spanien, Schweden, Schweiz, Grossbritannien, Tschechien, Ungarn, Polen und die Slowakei.

Schweizer Bauwirtschaft auf Erholungskurs

Die Schweizer Bauwirtschaft hat ein schwaches Jahr 2016 erlebt, sie erholt sich jedoch dieses Jahr und dürfte in den Jahren 2018 bis 2019 an Schwung zunehmen (siehe G 4). Investitionen in die Infrastruktur und der industriell-gewerbliche Bau treiben die Bauwirtschaft an. Insbesondere die Implementierung des Bahninfrastruktur- sowie des Nationalstrassen- und Agglomerationsverkehrsfonds verleihen dem Tiefbau Schwung (siehe G 5). Eine schrittweise Normalisierung der Geldpolitik ab dem Jahr 2019 und eine schwächelnde Nachfrage nach Wohnraum dämpfen allerdings die Entwicklung des Wohnbaus. Die Wachstumsrate der gesamten Bauinvestitionen wird voraussichtlich 1.6 % in diesem sowie 2.5 % im Jahr 2018 betragen. Der langfristige Ausblick für das Jahr 2020 ist aufgrund steigender Zinsen mit einem Anstieg um 0.7 % verhalten.

Europa baut

G 5: Bauvolumen 2014 bis 2020 in Europa und der Schweiz
(Veränderung gegenüber Vorjahr in %)



In Ungarn – dem zweitkleinsten Markt im Euroconstruct-Gebiet – wird die Baunachfrage 2017 mit einem Anstieg von über 25 % am stärksten wachsen. Danach folgen Irland (15 %), Schweden (10 %), und Polen (9 %). Ungarn wird auch in den nächsten drei Jahren bis 2020 den grössten Zuwachs aufweisen (33 %). Neben der staatlichen Wohnungsbauförderung spielt hierbei auch die konsequentere Nutzung der EU-Fördergelder im Nichtwohnbau eine wichtige Rolle. Auf dem zweiten Platz findet sich wiederum Irland (28 %), gefolgt von Polen (25 %), Tschechien und Portugal (jeweils 15 %) (siehe T 1).

Im grössten Euroconstruct-Land Deutschland wird die Bautätigkeit im Jahr 2017 – angetrieben vom grossen Wohnungsbedarf, der gestiegenen Investitionsneigung der Unternehmen und der Tiefbauoffensive des Bundes – sogar noch etwas kräftiger zunehmen als 2016. Mittelfristig wird das Wachstum zwar deutlich an Schwung verlieren. Dennoch dürften im Wohnungs- sowie im Infrastruktursektor auch langfristig umfangreiche Investitionen erfolgen.

T 1: Bauvolumen nach Ländern

Bauvolumen insgesamt							(reale Veränderung gegenüber Vorjahr in %)
Land/Jahr				Schätzung	Prognose		Ausblick
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Österreich	-0,1	1,1	1,1	2,8	1,5	1,4	1,4
Belgien	1,5	2,3	3,7	2,5	3,7	2,3	3,5
Dänemark	3,2	3,7	4,5	2,0	2,7	2,8	2,5
Finnland	-1,9	0,9	8,6	3,5	1,4	-3,3	-1,3
Frankreich	-6,0	-2,0	2,6	3,6	2,7	2,3	1,2
Deutschland	1,8	0,2	2,5	2,6	0,9	-0,3	-0,4
Irland	10,1	9,0	14,2	14,6	12,7	7,9	5,2
Italien	-2,2	0,9	1,1	1,0	2,0	1,8	1,6
Niederlande	0,5	7,7	5,8	5,4	4,9	3,8	2,6
Norwegen	2,3	-0,1	5,2	6,8	3,5	2,5	1,8
Portugal	-1,0	3,5	-1,5	6,0	5,0	5,0	4,0
Spanien	-1,7	2,9	1,8	4,1	3,8	3,7	3,0
Schweden	7,7	6,1	5,8	9,9	3,6	0,0	-3,2
Schweiz	3,5	1,7	0,9	1,6	2,5	1,9	0,7
Grossbritannien	9,3	4,0	3,9	2,7	0,7	1,9	0,2
Westeuropa (EC-15)	**0,9**	**1,6**	**3,0**	**3,3**	**2,3**	**1,7**	**1,0**
Tschechien	4,1	7,1	-5,8	1,6	5,0	6,7	2,5
Ungarn	6,5	3,4	-19,3	25,5	21,4	7,9	1,4
Polen	4,7	4,0	-4,5	8,7	9,0	10,3	4,2
Slowakei	-3,5	18,5	-11,4	3,1	1,8	0,4	-0,5
Osteuropa (EC-4)	**4,3**	**5,4**	**-7,1**	**8,6**	**9,3**	**8,7**	**3,2**
Euroconstruct-Länder (EC-19)	**1,1**	**1,8**	**2,5**	**3,5**	**2,6**	**2,1**	**1,1**

Quelle: EUROCONSTRUCT, November 2017

Ansprechpartnerin
Anne Kathrin Funk | funk@kof.ethz.ch

Euroconstruct
Euroconstruct ist eine Vereinigung 19 europäischer Forschungsinstitutionen, die Prognosen für den Bausektor erstellen. Die KOF ist die Schweizer Vertreterin in diesem internationalen Gremium. Länderspezifische Bauprognosen werden von den jeweiligen lokalen Prognoseinstituten beigesteuert. Euroconstruct bietet Informationen, Analysen und Prognosen mit der Absicht an, die Jahresplanung interessierter Unternehmen effektiver und präziser zu gestalten.

Der aktuelle Euroconstruct-Bericht kann auf der KOF-Webseite bestellt werden:
www.kof.ethz.ch/prognosen-indikatoren/prognosen/euroconstruct →

KOF INDIKATOREN

KOF Geschäftslageindikator gibt leicht nach

Der KOF Geschäftslageindikator für die Schweizer Privatwirtschaft ist im November 2017 zum zweiten Mal in Folge leicht gesunken. Somit ist die Geschäftslage nun zwar weiterhin gut, aber sie präsentiert sich nicht mehr ganz so prächtig wie in den Sommermonaten. Insgesamt sprechen die Befragungsergebnisse der KOF aber für eine weiterhin robuste konjunkturelle Situation.

Der Geschäftslageindikator gab in den meisten Sektoren leicht nach. Die geringfügige Abkühlung zeigt sich etwa im Baugewerbe, im Projektierungsbereich und auch im Detailhandel (siehe G 6). Etwas stärker ist die Abkühlung bei den Finanz- und Versicherungsdienstleistern zu spüren. Gegen diese abwärts gerichtete Tendenz stemmt sich das Verarbeitende Gewerbe. Dieser Wirtschaftsbereich meldete den zehnten Monat in Folge einen kleinen Aufwärtsschritt. Die Geschäftslage im Verarbeitenden Gewerbe ist insgesamt vorwiegend gut. Der Grosshandel, das Gastgewerbe und die übrigen Dienstleister wurden letztmals im Oktober befragt. Der Grosshandel und das Gastgewerbe verzeichneten seinerzeit eine Verbesserung der Geschäftslage. Bei den übrigen Dienstleistern gab der Geschäftslageindikator leicht nach.

G 6: KOF Geschäftslageindikator
(Saldo, saisonbereinigt)

T 2: KOF Geschäftslage Schweiz (Salden, saisonbereinigt)

	Nov 16	Dez 16	Jan 17	Feb 17	Mär 17	Apr 17	Mai 17	Jun 17	Jul 17	Aug 17	Sep 17	Okt 17	Nov 17
Privatwirtschaft (gesamt)	10.8	10.3	11.3	12.8	14.9	18.8	19.2	20.3	20.0	21.4	23.7	20.0	19.9
Verarbeitendes Gewerbe	-9.7	-8.4	-9.2	-7.2	-5.0	-1.6	-1.0	3.9	4.1	6.5	9.7	11.2	14.0
Bau	26.9	24.6	28.3	28.0	31.5	31.6	29.5	33.0	32.7	31.7	31.2	30.7	29.6
Projektierung	42.2	46.5	47.6	47.4	49.2	50.0	47.2	46.7	46.4	46.7	47.3	49.0	48.5
Detailhandel	-13.1	-9.0	-7.5	-10.4	-7.2	-3.1	-10.9	-0.6	-2.2	-1.4	2.4	1.1	0.4
Grosshandel	-	-	0.1	-	-	9.8	-	-	15.5	-	-	19.5	-
Finanzdienste	23.0	18.4	22.8	31.9	33.1	32.3	38.1	37.3	30.2	33.8	36.2	29.9	27.4
Gastgewerbe	-	-	-16.2	-	-	-14.4	-	-	-1.9	-	-	-0.1	-
Übrige Dienstleistungen	-	-	27.1	-	-	33.0	-	-	32.6	-	-	24.7	-

Antworten auf die Frage: Wir beurteilen unsere Geschäftslage als gut/befriedigend/schlecht. Der Saldowert ist der Prozentanteil «gut»-Antworten minus dem Prozentanteil «schlecht»-Antworten.

Regional betrachtet, veränderte sich die Geschäftslage in der Mehrzahl der Regionen kaum. Eine ähnliche Geschäftslage wie im Vormonat verzeichnen das Espace Mittelland, die Ostschweiz, die Zentralschweiz und die Region Zürich. Etwas stärker gab der Lageindikator im Tessin und in der Nordwestschweiz nach. Ein Plus verzeichnete der Geschäftslageindikator in der Genferseeregion (siehe T 2).

Erläuterung der Grafiken:
Grafik G 6 zeigt die KOF Geschäftslage über alle in die Befragung einbezogenen Wirtschaftsbereiche. Für Wirtschaftsbereiche, die nur vierteljährlich befragt werden, wird die Geschäftslage in den Zwischenmonaten konstant gehalten.

Grafik G 7 stellt die Geschäftslage in den Grossregionen gemäss Bundesamt für Statistik dar. Die Regionen sind je nach Geschäftslage unterschiedlich eingefärbt. Die Pfeile innerhalb der Regionen deuten die Veränderung der Lage im Vergleich zum Vormonat an. Ein aufwärts gerichteter Pfeil bedeutet etwa, dass sich die Lage im Vergleich zum Vormonat verbessert hat.

Die KOF Geschäftslage basiert auf mehr als 4500 Meldungen von Betrieben in der Schweiz. Monatlich werden Unternehmen in den Wirtschaftsbereichen Industrie, Detailhandel, Baugewerbe, Projektierung sowie Finanz- und Versicherungsdienstleistungen befragt. Unternehmen im Gastgewerbe, im Grosshandel und in den übrigen Dienstleistungen werden vierteljährlich, jeweils im ersten Monat eines Quartals, befragt. Die Unternehmen werden unter anderem gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen. Sie können ihre Lage mit «gut», «befriedigend» oder «schlecht» kennzeichnen. Der Saldowert der gegenwärtigen Geschäftslage ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten «gut» und «schlecht».

G 7: KOF Geschäftslage der Unternehmen der Privatwirtschaft

Die Winkel der Pfeile spiegeln die Veränderung der Geschäftslage im Vergleich zum Vormonat wider

Salden

- 55 bis 100
- 30 bis unter 55
- 16.5 bis unter 30
- 9 bis unter 16.5
- 5 bis unter 9
- -5 bis unter 5
- -9 bis unter -5
- -16.5 bis unter -9
- -30 bis unter -16.5
- -55 bis unter -30
- -100 bis unter -55

Ansprechpartner
Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Mehr Informationen zu den KOF Konjunkturumfragen finden Sie auf unserer Website:
www.kof.ethz.ch/umfragen/konjunkturumfragen →

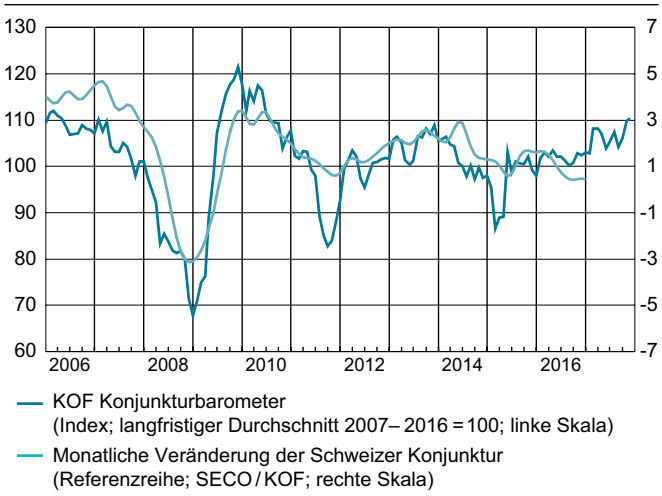
KOF Konjunkturbarometer: Schweizer Wirtschaft erhöht die Schlagzahl

Das KOF Konjunkturbarometer setzte im November seine Aufwärtsbewegung fort. Es ist um 0.5 Punkte auf 110.3 Punkte gestiegen (nach revidiert 109.8 im Oktober) (siehe G 8). Das ist nun der dritte Anstieg des Indikators in Folge. Die Schweizer Konjunktur gewinnt zum Jahresende hin weiter an Fahrt.

Die Indikatoren für das Verarbeitende Gewerbe sind wie bereits im Vormonat für einen wesentlichen Teil des Anstieges verantwortlich. Zudem haben die Indikatoren für die Bauwirtschaft wieder ins Plus gedreht, nachdem diese im Vormonat nachgegeben hatten. Kaum verändert haben sich im November die Exportperspektiven sowie die Aussichten für den Konsum und das Gastgewerbe. Die Indikatoren für das Bankgewerbe bremsen dagegen die Entwicklung.

Innerhalb des Verarbeitenden Gewerbes sind vor allem die Elektroindustrie, die Holzindustrie und die Chemie im Aufwind. Dagegen haben sich die Perspektiven für die Textilindustrie eingetrübt. Die positive Entwicklung der Bauwirtschaft wird durch die Architektur- und Ingenieurbüros getragen. Die Indikatoren für das Baugewerbe an sich treten im November auf der Stelle.

G 8: KOF Konjunkturbarometer und Referenzreihe



Im Produzierenden Gewerbe (Verarbeitendes Gewerbe und Bau) bewegten sich die Indikatoren für die Nachfrage- und Produktionsentwicklung sowie für die allgemeine Lage und die Exportnachfrage nach oben. Dagegen bremsten die Indikatoren für die Wettbewerbs- und Kapazitätsentwicklung die Aufwärtstendenz.

KOF Konjunkturbarometer und Referenzzeitreihe: Jährliches Update

Im September 2017 fand das jährliche Update des KOF Konjunkturbarometers statt. Das Update betrifft dabei folgende Schritte: Neudefinition des Pools der Indikatoren, welche in die Auswahlprozedur gehen, Update der Referenzreihe und eine erneute Ausführung des Selektionsmechanismus für die Variablenselektion. Der aktuelle Pool für die Variablenauswahl besteht aus fast 500 Indikatoren. Bei der aufdatierten Referenzzeitreihe handelt es sich um die geglättete Verlaufswachstumsrate des Schweizer Bruttoinlandprodukts (BIP) gemäss der neuen Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ESVG 2010, die Anfang September 2017 veröffentlicht wurde. Diese wiederum basiert auf der Veröffentlichung des Vorjahres-BIP durch das Bundesamt für Statistik. Als Resultat der Variablenselektion basiert das aufdatierte KOF Konjunkturbarometer nunmehr auf 273 Indikatoren (gegenüber 272 in der vorherigen Version). Diese werden über statistisch ermittelte Gewichte zu einem Gesamtindikator zusammengefasst.

Ansprechpartner

Klaus Abberger | abberger@kof.ethz.ch

Weitere Informationen zum KOF Konjunkturbarometer finden Sie hier:
www.kof.ethz.ch/prognosen-indikatoren/indikatoren/kof-konjunkturbarometer →

ÖKONOMENSTIMME

Was macht eine Bank mit dem Geld ihrer Kunden?
Anmerkungen zum Buch von Dirk Ehnts

Geldschöpfung aus dem Nichts oder doch nur unter der Voraussetzung einer Verfügung von Zentralbankgeld? Dieser Beitrag schließt an diese Diskussion mit einer Rezension des Buches «Geld und Kredit: eine €-päische Perspektive» von Dirk Ehnts an und schlussfolgert: Das Nichts, aus dem Giralgeld geschöpft wird, ist und bleibt Zentralbankgeld.

www.oekonomenstimme.org →

Georg Quaas

Beschäftigungswachstum und «Worker Churn» auf der Betriebsebene

Betriebe stellen häufig Mitarbeiter im gleichen Zeitraum ein, in dem sie sich von anderen Arbeitskräften trennen. Dieses Phänomen wird auch als «(Worker) Churn» bezeichnet. Die Churn-Rate misst pro Betrieb den Anteil der Arbeitnehmer, die neu hinzugekommen bzw. weggegangen sind, relativ zum Anteil der neu hinzugekommen bzw. weggefallen Arbeitsstellen. Auch in Deutschland ist die Churn-Rate gross, wie dieser Beitrag zeigt. In Aufschwüngen liegt sie bis zu 40 Prozent höher als in Rezessionen. Interessanterweise gilt dieses zyklische Verhalten sowohl für wachsende als auch schrumpfende Betriebe.

www.oekonomenstimme.org →

Rüdiger Bachmann

Christian Bayer

Christian Merkl

Stefan Seth

Heiko Stüber

Felix Wellschmied

Bildungschancen in Deutschland: Wie lang sollten Kinder gemeinsam lernen?

In bildungspolitischen Debatten in Deutschland wird oft beklagt, dass die elterliche Bildung besonders stark über den Bildungserfolg der Kinder entscheide. Ein möglicher Grund liegt darin, dass Kinder hier besonders früh nach Leistung selektiert werden, um getrennt voneinander an weiterführenden Schulen zu lernen. In den 1970er Jahren führte Niedersachsen deshalb die sogenannte Orientierungsstufe (OS) ein, mit der sich die Trennung nach Leistung um zwei Jahre nach hinten verschob. Dieser Beitrag zeigt anhand dieses Beispiels, dass längeres gemeinsames Lernen den Zusammenhang zwischen elterlicher Bildung und dem schulischen Erfolg der Kinder schwächt, ohne dabei den durchschnittlichen Schulerfolg zu mindern.

www.oekonomenstimme.org →

Simon Lange

Marten von Werder

E-Mail Digest der Ökonomenstimme

Hier können Sie sich für den Email Digest der Ökonomenstimme eintragen:

www.oekonomenstimme.org/abonnieren →

AGENDA

KOF Veranstaltungen

KOF Research Seminar:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page/kof-research-seminar →

KOF-ETH-UZH International Economic Policy Seminar:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page/kof-eth-uzh-seminar →

Konferenzen/Workshops

Sie finden aktuelle Konferenzen und Workshops unter folgendem Link:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/event-calendar-page →

KOF Medienagenda

Hier finden Sie unsere medienrelevanten Termine:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/medien/medienagenda →

KOF Publikationen

Bei uns auf der Webseite finden Sie die vollständige Liste aller KOF Publikationen (KOF Analysen, KOF Working Papers und KOF Studien).
www.kof.ethz.ch/publikationench →

Impressum

Herausgeberin	KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich		
Direktor	Prof. Dr. Jan-Egbert Sturm		
Redaktion	Dr. David Iselin		
Layout	Vera Degonda, Nicole Koch		
Bilder	KOF, Shutterstock		
Postadresse	LEE G 116, Leonhardstrasse 21, 8092 Zürich		
Telefon	+41 44 632 42 39	E-Mail	bulletin@kof.ethz.ch
Telefax	+41 44 632 12 18	Website	www.kof.ethz.ch

ISSN 1662-4262 | Copyright © ETH Zürich, KOF Konjunkturforschungsstelle, 2017
Weiterveröffentlichung (auch auszugsweise) ist nur mit Bewilligung des Herausgebers und unter Quellenangabe gestattet.

Kundenservice

Das KOF Bulletin ist ein kostenloser Service und informiert Sie monatlich per E-Mail über das Neuste aus der Konjunktur, über unsere Forschung und über wichtige Veranstaltungen.

Anmelden: www.kof.ethz.ch/kof-bulletin →

Für frühere KOF Bulletins besuchen Sie unser Archiv:
www.kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/news/kof-bulletin/kof-bulletin/archiv-2015-2010.ch →

Besuchen Sie uns unter: www.kof.ethz.ch →

Sie können über den KOF-Datenservice Zeitreihen aus unserer umfangreichen Datenbank beziehen:
www.kof.ethz.ch/datenservice →

Nächster Publikationstermin: 5. Januar 2018

KOF

ETH Zürich
KOF Konjunkturforschungsstelle
LEE G 116
Leonhardstrasse 21
8092 Zürich

Telefon +41 44 632 42 39
Fax +41 44 632 12 18
www.kof.ethz.ch
#KOFETH